CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

PKM PRAKTIK ECONOMY DIGITAL DAN PARTICIPATORY APPROACH UNTUK PENGUATAN KELEMBAGAAN PAGUYUBAN PEDAGANG PASAR SENI SUKAWATI

Kadek Goldina Puteri DEWI[1], Anak Agung Istri Krisna Gangga DEWI[2], Anastacia Patricia Novlina NURAK[3]
[1,2,3]Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Warmadewa, Indonesia.
Corresponding author: Kadek Goldina Puteri Dewi
E-mail: Goldinaputeri@gmail.com

Info Artikel:
Dikirim: 2023-04-28 Direvisi: 2023-05-16 Diterima: 2023-06-15
Vol: 2 Number: 2 Hal: 48 - 58

Kata Kunci:
Economy Digital, Participatory Approach, Paguyuban Pedagang Pasar Seni Sukawati

Abstract:
Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam dunia ekonomi sangat menunjang dalam pemasaran suatu produk tak terlebih produk lokal. Pengembangan ekonomi digital ini juga didorong oleh adanya pergeseran perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan platform digital di berbagai sektor. Pasar Seni Sukawati termasuk salah satu pasar seni tradisional di Bali, yang mendapat hibah dari pemerintah pusat untuk direvitalisasi menjadi Pasar Seni Modern. Perubahan pada Pasar Seni Sukawati (revitalisasi) menuntut para pedagang untuk terus berevolusi ke arah yang lebih baik. Hal ini menjadi permasalahan yang besar bagi pedagang pasar seni Sukawati karena membutuhkan proses adaptasi dari revitalisasi jumlah kunjungan dan pendapatan pedagang yang masih sedikit. Berdasarkan adanya beberapa permasalahan yang dihadapi mitra, maka kegiatan program kemitraan masyarakat ini memiliki tujuan untuk pemberdayaan paguyuban pedagang Pasar Seni Sukawati dengan digitalisasi ekonomi (economy digital) yaitu memberikan sosialisai dan pelatihan pembuatan laporan keuangan akuntansi yang terdigitalisasi, Menyusun dan mempraktikan strategi promosi yang terdigitalisasi, dan pendekatan partisipan (participatory approach) yakni kegiatan agar mampu mengenal, memahami, dan menangani permasalahan dalam penyelenggaraan organisasi.

Cite This as: DEWI, K. G. P., DEWI, A. A. I., NURAK, A. P. N. (2023). "PKM Praktik Economy Digital dan Participatory Approach untuk Penguatan Kelembagaan Paguyuban Pedagang Pasar Seni Sukawati." Akuntansi dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat., 2 (2), 48 - 58.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi. Istilah "digital" telah menjadi kata kunci dalam dunia bisnis saat ini. Kita tidak bisa menyangkal bahwa kata "digital" telah mempengaruhi setiap orang di bumi. Orang-orang terus-menerus terkena teknologi yang lebih rumit dan cerdas dalam kehidupan sehari-hari mereka di rumah, di tempat bekerja, di mana saja, kapan saja - mulai dari PC desktop, tablet, dan smartphone hingga robot. Kita bisa melihat bagaimana fenomena ini mempengaruhi bagaimana bisnis dilakukan dan bagaimana individu berperilaku karena itu (Bist et al., 2022). Transformasi digital yang memengaruhi operasi bisnis adalah salah satu kejadian sosial dan ekonomi paling mendasar di zaman kita. Transformasi digital, yang paling sering diidentifikasi dengan efek multi-faktor dari teknologi digital pada suatu organisasi, adalah salah satu kejadian penting yang menggambarkan realitas sosial dan ekonomi kita di sini dan saat ini di seluruh dunia. Ini memanifestasikan dirinya dalam penggabungan teknologi digital ke dalam semua aspek operasional kegiatan organisasi (Ziółkowska, 2021). Transformasi digital mungkin memiliki efek mendalam pada struktur dalam organisasi, termasuk pada tujuan dan identitas mereka. Itu proses menciptakan, menangkap, dan menyampaikan nilai dari transformasi digital memberikan peluang

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By : GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

kemampuan untuk menciptakan proses, produk, layanan baru, sifat buruk, dan akhirnya tujuan baru, biasanya oleh menggambar pada kemampuan yang terkait dengan digital teknologi (George & Schillebeeckx, 2022). Perkembangann dari zaman ke zaman tentu saja mengalami banyak perubahan seperti halnya pusat kegiatan masyarakat yang bersifat komersil atau yang sering disebut dengan pasar. Zaman sebelum adanya mata uang masyarakat melakukukan transaksi dengan metode barter yaitu dengan menukar barang satu dengan barang lainnya, sampai akhirnya munculnya mata uang membuat perubahan yang dulunya menukar antar barang ke menukar barang dengan uang (Bastian, 2014).

Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam dunia ekonomi sangat menunjang dalam pemasaran suatu produk tak terlebih produk lokal (Saleh et al., 2022). Pengembangan ekonomi digital ini juga didorong oleh adanya pergeseran perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan platform digital di berbagai sektor. Tren positif perkembangan ekonomi digital juga sejalan dengan perkembangan investasi. Hasil studi Chakraborty (2019) menunjukan bahwa nilai investasi ekonomi digital Indonesia sepanjang Q1-2021 sebesar 4,7 miliar USD dan telah melampaui nilai tertinggi selama empat tahun terakhir. Capaian tersebut menjadikan Indonesia sebagai tujuan investasi terpopuler di Asia Tenggara, melampaui Singapura (Iyer et al., 2019). Salah satu pemanfaatan ekonomi digital adalah e-commerce yakni pemasaran produk secara online dan digitalisasi laporan keuangan untuk memberikan informasi dan menunjukkan pertumbuhan para pelaku usaha dengan mengetahui untung dan rugi dalam suatu periode.

Pemanfaatan ekonomi digital akan terealisasi dengan adanya partisipasi dari pengguna (participant). Pendekatan partisipasi (participatory approach) merupakan pendekatan konsep pembangunan yang melibatkan masyarakat secara luas, sehingga pendekatan partisipasi menjadi salah satu konsep yang dianggap penting dalam sebuah kemajuan, dalam hal ini seperti ekonomi digital yang saat ini terus semakin berkembang khusunya di Indonesia (Amiruddin et al., 2022). Keterlibatan masyarakat sebagai sumber daya lokal menjadi hal yang strategis dalam medorong tujuan yang ingin dicapai secara berkesinambungan. Sehingga diharapkan terjadi penciptaan dalam penguatan kelembagaan.

Menurut Wardhana (2015) pasar adalah sekumpulan pembeli dan penjual dari sebuah barang atau jasa tertentu. Para pembeli sebagai sebuah kelompok yang menentukan permintaan terhadap produk dan para penjual sebagai kelompok yang menentukan penawaran terhadap produk. Produk dalam pasar ini tidak lagi terbatas hanya untuk kebutuhan hidup, tetapi dalam pengabdian ini akan mengacu pada jenis pasar seni modern. Pertumbuhan pasar seni modern di Bali sangat pesat seperti Erlangga, Krisna oleh oleh dan berbagai nama besar yang tersebar di ruas jalan utama. Bali yang identik dengan keseniannya, memiliki pangsa pasar seni yang cukup besar. Berbagai jenis kerajinan tangan dapat diperjualbelikan dan memiliki value yang baik. Hal ini yang menarik di mata investor mulai dari besar hingga kecil termasuk pengusaha retail besar/menengah hingga kecil. Pasar sebagai suatu bentuk pelayanan umum tempat terjadinya transaksi jual beli barang bagi masyarakat, merupakan salah satu cerminan perekonomian dan sosial budaya setiap komunitas di dunia ini. Seiring dengan perkembangan zaman, dari waktu ke waktu pasar mengalami evolusi bentuk tempat dan cara pengelolaannya, dari yang bersifat tradisional menjadi modern. Perkembangan tempat perbelanjaan di kota-kota di dunia, baik di negara-negara Barat maupun Asia, semuanya melalui tahapan-tahapan, mulai dari pasar tradisional, yang kemudian mengalami proses modernisasi menjadi toserba (toko serba ada), jaringan toko, shopping center, department store, supermarket. Proses modernisasi ini tidak terlepas dari perubahan pola demografi, spesialisasi dan diversifikasi profesi, serta struktur sosial ekonomi dan perubahan budaya masyarakat (Heptariza, 2020). Perkembangan pasar modern seperti minimarket, supermarket, dan

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

hypermarket akhir-akhir ini telah menggeser peran dari pasar tradisional (Wardhana, 2015). Sedangkan pasar modern tidak jauh beda dengan pasar tradisional hanya saja harga yang ditentkan oleh penjaul bersifat tetap tidak dapat di negosiasi, sehingga barang yang dijual sudah diberi label harga (Wiguna & Ariana, 2021).

Pasar Seni Sukawati termasuk salah satu pasar seni tradisional di Bali, yang mendapat hibah dari pemerintah pusat untuk direvitalisasi menjadi Pasar Seni Modern. Program revitalisasi pasar rakyat sendiri merupakan pelaksanaan dari Undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, pasal 13 ayat (1), (2) dan (3) yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat guna peningkatkan daya saing dalam bentuk pembangunan dan/ atau revitalisasi pasar rakyat; implementasi manajemen pengelolaan yang professional, fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing dan fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat. Namun, untuk Pasar Seni Sukawati sendiri mengalami perubahan yang cukup drastis semenjak menjadi salah satu pasar yang mendapat jatah revitalisasi dari pemerintah pusat. Perubahan tersebut menyangkut jenis barang yang diperdagangkan.

Perubahan pada Pasar Seni Sukawati (revitalisasi) menuntut para pedagang untuk terus berevolusi ke arah yang lebih baik. Dengan dilakukannya revitalisasi, semakin baik nya sarana prasarana dan infrastruktur maka diharapkan akan menunjang tingkat kunjungan pelanggan. Hal ini menjadi permasalahan yang besar bagi pedagang pasar seni Sukawati karena membutuhkan proses adaptasi dari revitalisasi untuk penguatan kelembagaan karena jumlah kunjungan dan pendapatan pedagang yang masih sedikit. Untuk mencapai tujuan penguatan kelembagaan, digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach) merupakan langkah yang tepat dan efektif. Keterlibatan masyarakat sebagai sumber daya lokal menjadi hal yang strategis dalam medorong tujuan yang ingin dicapai secara berkesinambungan. Sehingga diharapkan terjadi penciptaan dalam penguatan kelembagaan (Kushartono, 2016)

Permasalahan Mitra. Di era industry 4.0 saat ini, mayoritas pedagang berlomba-lomba untuk mengembangkan dan memperluas peluang bisnis mereka. Performa yang dialami oleh sebagian besar usaha zona mikro, kecil, serta menengah (UMKM) di Indonesia yang sangat menonjol yaiturendahnya produktivitas, rendahnya nilai tambah, serta rendahnya mutu produk (Kuswanto et al., 2019). Berdasarkan analisis situasi, dapat diidentifikasi permasalahan utama mitra yaitu sebagai berikut:

Tabel. 1 Gambaran Permasalahan

No	Permasalahan	Gambaran Kondisi Permasalahan
1	Hasil observasi pendahuluan menemukan mitra tidak memiliki keahlian/kemampuan dalam pembuatan laporan keuangan akuntansi baik secara manual maupun yang terdigitalisasi	Mitra belum memiliki pengetahuan dan keahlian dalam pembuatan laporan keuangan akuntansi
2	Hasil observasi pendahuluan menemukan rendahnya kemampuan mitra dalam Menyusun dan mempraktikan strategi promosi yang terdigitalisasi	Mitra belum memiliki kemampuan dalam Menyusun dan mempraktikan strategi promosi yang terdigitalisasi
3	Hasil observasi pendahuluan menemukan rendahnya kemampuan mitra dalam mengenal, memahami, dan menangani permasalahan dalam penyelenggaraan organisasi	Mitra belum memiliki kemampuan dalam mengenal, memahami, dan menangani permasalahan dalam penyelenggaraan organisasi

ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

Berdasarkan adanya beberapa permasalahan yang dihadapi mitra, maka kegiatan program kemitraan masyarakat ini memiliki tujuan untuk pemberdayaan paguyuban pedagang Pasar Seni Sukawati dengan memberikan sosialisai dan pelatihan pembuatan laporan keuangan akuntansi yang terdigitalisasi, menyusun dan mempraktikan strategi promosi yang terdigitalisasi, dan mampu mengenal, memahami, dan menangani permasalahan dalam penyelenggaraan organisasi.

Pasar Seni Sukawati termasuk salah satu pasar seni tradisional di Bali, yang mendapat hibah dari pemerintah pusat untuk direvitalisasi menjadi Pasar Seni Modern. Program revitalisasi pasar rakyat sendiri merupakan pelaksanaan dari Undang-undang nomor 7 tahun 2014 tentang Perdagangan, pasal 13 ayat (1), (2) dan (3) yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat guna peningkatkan daya saing dalam bentuk pembangunan dan/ atau revitalisasi pasar rakyat; implementasi manajemen pengelolaan yang professional, fasilitasi akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing dan fasilitasi akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat. Namun, untuk Pasar Seni Sukawati sendiri mengalami perubahan yang cukup drastis semenjak menjadi salah satu pasar yang mendapat jatah revitalisasi dari pemerintah pusat. Perubahan tersebut menyangkut jenis barang yang diperdagangkan. Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam dunia ekonomi sangat menunjang dalam pemasaran suatu produk tak terlebih produk lokal (Saleh et al., 2022). Pengembangan ekonomi digital ini juga didorong oleh adanya pergeseran perilaku masyarakat yang cenderung menggunakan platform digital di berbagai sektor. Pemanfaatan ekonomi digital akan terealisasi dengan adanya partisipasi dari pengguna (participant). Pendekatan partisipasi (participatory approach) merupakan pendekatan konsep pembangunan yang melibatkan masyarakat secara luas, sehingga pendekatan partisipasi menjadi salah satu konsep yang dianggap penting dalam sebuah kemajuan, dalam hal ini seperti ekonomi digital yang saat ini terus semakin berkembang khusunya di Indonesia (Amiruddin et al., 2022). Keterlibatan masyarakat sebagai sumber daya lokal menjadi hal yang strategis dalam medorong tujuan yang ingin dicapai secara berkesinambungan. Sehingga diharapkan terjadi penciptaan dalam penguatan kelembagaan.

Pengusulan kegiatan pengabdian ini adalah dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik yang berasal dari berbagai disiplin ilmu. Dengan kompetensi dan keahlian yang berbeda diharapkan dapat saling melengkapi dalam terlaksananya kegiatan ini, sehingga mampu mencapai target yang diharapkan yaitu Pemanfaatan ekonomi digital dan Pendekatan partisipasi (participatory approach). Kegiatan ini dilakukan dengan metode pelatihan. Kegiatan ini bertujuan untuk penguatan kelembagaan, digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach) merupakan langkah yang tepat dan efektif. Keterlibatan masyarakat sebagai sumber daya lokal menjadi hal yang strategis dalam medorong tujuan yang ingin dicapai secara berkesinambungan. Sehingga diharapkan terjadi penciptaan dalam penguatan kelembagaan.

METODE

Tahapan/ Langkah-Langkah Solusi. Berdasarkan permasalahan yang diuraikan sebelumnya, maka kami bermaksud untuk mengadakan kegiatan pelatihan digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach) sebagai salah satu perwujudan Tridharma Perguruan Tinggi di bidang Pengabdian dan Pelayanan kepada Masyarakat. Pada pelatihan ini, kami melibatkan peran serta para dosen, mahasiswa, dan paguyuban pedagang Pasar Seni Sukawati.

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

Partisipasi Mitra. Pada kegiatan ini, mitra menyediakan ruangan yang sesuai dengan kegiatan ini, serta keperluan lain seperti meja, kursi, LCD proyektor, dan pointer. berperan aktif dalam setiap kegiatan. Selain itu mitra juga menyediakan konsumsi baik peserta maupun panitia. Selain itu mengikuti pemaparan teori dan penjelasan mengenai Pemanfaatan ekonomi digital dan Pendekatan partisipasi (participatory approach) yang dipaparkan oleh narasumber.
Setelah itu mitra berlatih langsung dengan alat peraga, dengan sebelumnya dijelaskan dan ditunjukkan lebih dulu oleh instruktur, kemudian mitra akan mencoba langsung dibawah pengawasan instruktur, sehingga kemampuan pedagang dalam melakukan praktik ekonomi digital dan Pendekatan partisipasi (participatory approach) meningkat.

Uraian Kepakaran dan Tugas Anggota Tim. Dalam menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra, maka diperlukan tenaga kepakaran sebagai berikut:

1. Kepakaran di bidang ekonomi akuntansi diperlukan dalam menangani permasalahan mitra di bidang pembukuan/akuntansi. Hal ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan pendampingan kepada mitra mengenai cara dan teknis di dalam pembuatan laporan keuangan sederhana berbasis digital. Hal ini juga dilakukan untuk mampu memonitor atau melihat sejauh mana perusahaan mendapat keuntungan, sebaik apa kinerja perusahaan. Memberikan penyuluhan tentang strategi penggunaan biaya dan pengelolaan investasi.
2. Kepakaran di bidang ilmu manajemen adalah untuk membantu dalam menangani masalah pemasaran digital, memberikan penyuluhan kepada mitra tentang pengelolaan usaha yang berkaitan dengan strategi produksi dan pemasaran.
3. Kepakaran di bidang ilmu pemerintahan adalah untuk membantu mengenal, memahami, dan menangani permasalahan dalam penyelenggaraan organisasi serta pengembangan skill komunikasi seperti public speaking dan negoisasi. Serta memberikan penyuluhan untuk berpikir kritis, logis, kemampuan untuk menganalisis, dan memiliki wawasan yang luas.

Susunan tim pelaksana kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) seperti pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Tim Pelaksana Pengabdian

No	Nama	Bidang Keahlian	Tugas dalam PKM
1	Kadek Goldina Puteri Dewi, S.Ak., M.Ak	Akuntansi (S2)	Memberikan penyuluhan tentang mengaplikasikan sistem akuntansi sederhana
2	Anak Agung Istri Krisna Gangga Dewi, S.Kom., M.Kom	Manajemen (S2)	Memberikan penyuluhan mengenai pemasaran produk melalui website dan media sosial
3	Anastacia Patricia Novlina Nurak, S.IP., M.I.P	Ilmu Pemerintahan (S2)	Memberikan penyuluhan dalam mengenal, memahami, dan menangani permasalahan dalam penyelenggaraan organisasi serta pengembangan skill komunikasi seperti *public speaking* dan negoisasi.
4	Nyoman Arya Kusuma Wardana	Akuntansi	Membantu mengaplikasikan sistem akuntansi sederhana dengan mendampingi mitra
5	Made Arvin Ariantara	Akuntansi	Membantu membuat desain media sosial dan publikasi

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By : GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil PKM yang telah dilaksanakan, maka keluaran yang dicapai diantaranya:

Tabel 4 Keluaran yang Dicapai

No	Jenis Luaran		Indikator Capaian
	Kategori	**Sub Kategori**	**2023**
1	Artikel ilmiah dimuat di jurnal	Jurnal Pengabdian Masyarakat Akuntansi Humaniora https://journalkeberlanjutan.com/index.php/ahjpm	*Submited*
2	Publikasi pada Media Sosial Youtube	https://youtube.com/shorts/7vPYjZJdxZw	*Publish*
3	Mitra Produktif Ekonomi	Pengetahuan meningkat	Ada
		Keterampilan meningkat	Ada
		Kualitas produk meningkat	Ada
		Kapasitas produksi meningkat	Ada
		Berhasil melakukan ekspor	Ada
		Berhasil melakukan pemasaran antar pulau	Ada
		Jumlah asset meningkat	Ada
		Jumlah omset meningkat	Ada
		Jumlah tenaga kerja meningkat	Ada
		Kemampuan manajemen meningkat	Ada
		Income generating PT meningkat	Ada
		Produk tersertifikasi	Ada
		Produk terstandarisasi	Tidak ada
		Unit usaha berbadan hukum	Ada
		Jumlah wirausaha baru mandiri	Ada

Keberhasilan pelatihan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kegiatan pelatihan, materi yang akan disampaikan dimana pembicara dapat menguasai materi serta sasaran yang dituju, kondisi peserta, proses penyelenggaraan, sarana yang digunakan serta metode yang digunakan. Metode yang digunakan pada pelatihan ini adalah dengan melakukan pemberian materi dengan media power point dan demo langsung cara melakukan digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach). Kegiatan berlangsung pada tanggal 21 Juli 2023 di Pasar Seni Sukawati. Pada kegiatan pelatihan ini terkumpul 30 pedagang Pasar Seni Sukawati yang akan mengikuti pelatihan digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa kegiatan digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach) yang dilaksanakan di Pasar Seni Sukawati memiliki beberapa faktor pendukung seperti ketua paguyuban pedagang dan anggota paguyuban sangat mendukung kegiatan ini, peserta sangat antusias dengan adanya program digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach). Selain itu paguyuban pedagang Pasar Seni Sukawati juga mendapatkan pendampingan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Faktor pendukung dalam pemberdayaan masyarakat melalui Praktik Economy Digital dan Participatory Approach untuk Penguatan Kelembagaan Paguyuban Pedagang Pasar Seni Sukawati merupakan suatu kekuatan dalam melaksanakan serangkaian kegiatan yang diprogramkan. Dari hasil wawancara di dilapangan, dapat disimpulkan

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

bahwa kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui Praktik Economy Digital dan Participatory Approach untuk Penguatan Kelembagaan Paguyuban Pedagang Pasar Seni Sukawati dapat berjalan dengan baik karena adanya faktor pendukung, yaitu:

1) Sambutan positif dari masyarakat tentang adanya program pendampingan Praktik Economy Digital dan Participatory Approach untuk Penguatan Kelembagaan Paguyuban Pedagang Pasar Seni Sukawati;
2) Adanya dukungan dari Perangkat Desa terhadap pelaksanaan kegiatan di Pasar Seni Sukawati;
3) Semangat dan kesadaran pengurus dan pengelola dalam melakukan digitalisasi ekonomi dan Participatory Approach untuk mencapai penguatan kelembagaan;

Meskipun terdapat banyak faktor yang mendukung program Praktik Economy Digital dan Participatory Approach di Pasar Seni Sukawati, akan tetapi pada pelaksanaannya masih ditemukan beberapa faktor yang menghambat berjalannya Program pemberdayaan masyarakat melalui program Praktik Economy Digital dan Participatory Approach di Pasar Seni Sukawati. Hasil observasi juga menunjukkan kegiatan Praktik Economy Digital dan Participatory Approach selain memiliki beberapa faktor pendukung, namun juga masih terdapat faktor penghambat seperti masyarakat masih ada yang kurang peduli dan bersikap acuh tak acuh terhadap program digitalisasi ekonomi dan Participatory Approach. Selain itu banyak peserta paguyuban di Pasar Seni Sukawati yang memiliki kendala waktu untuk tidak mampu untuk beradaptasi dalam penggunaan dan beradaptasi menggunakan teknologi informasi maupun ikut kegiatan pelatihan dan sosialisasi dikarenakan sibuk mengurus anak yang masih bayi, mengurus rumah, bekerja dan kesibukan lainya. Dari hasil wawancara di lapangan, dapat disimpulkan bahwa dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui penabungan sampah yang dilaksanakan di Pasar Seni Sukawati terdapat beberapa faktor penghambat, yaitu:

1) Kesadaran dan kemauan masyarakat masih ada yang rendah meski sudah mengetahui program yang disampaikan saat sosialisasi. Masih ada warga yang cenderung tak mau tahu dan kurang peduli dengan kegiatan adaptasi teknologi informasi, terutama yang dilaksanakan di Pasar Seni Sukawati;
2) Kendala waktu dan kesibukan masing-masing nasabah sehingga tidak bisa maksimal dalam mengikuti kegiatan.

Berdasarkan hasil kegiatan ini dapat diajukan beberapa solusi sebagai berikut :

1. Bagi pihak pengelola dan paguyuban di Pasar Seni Sukawati, dalam pelaksanaan pemberdayaan masyarakat disarankan untuk terus melakukan sosialisasi dan pemberian motivasi kepada masyarakat agar peningkatan keinginan untuk mampu beradaptasi menggunakan digitalisasi ekonomi dan partisipasi approach meningkat.
2. Bagi masyarakat hendaknya turut berpartisipasi aktif untuk turut memajukan Pasar Seni Sukawati, guna memajukan Pasar Seni Sukawati baik secara kualitas maupun secara kuantitas.

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

Lampiran 1. Foto Dokumentasi



Gambar 1. Foto dokementasi



Gambar 2. Foto Dokumentasi

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi Crossref INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO



Gambar 3. Foto Dokumentasi



Gambar 4. Foto Dokumentasi

KESIMPULAN

Pelatihan digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach) merupakan salah satu kemampuan yang perlu dimiliki oleh pedagang di Pasar Seni Sukawati dan setiap peserta telah mampu melakukan pelatihan digitalisasi ekonomi (economy digital) dan pendekatan partisipan (participatory approach). Dilakukan pelatihan pada pedagang di Pasar Seni Sukawati yang belum mengikuti pelatihan

DAFTAR PUSTAKA

Amiruddin, S., Suharyana, Y., & Hermawan, A. A. (2022). Pengelolaan Sektor Pariwisata Melalui Pendekatan Tourism Sector Management Through Stakeholders Participation Approach in The Tourism Area Of Sawarna Village, Lebak Regency, Banten Province. 6(2), 1–21. https://doi.org/10.56945/jkpd.v6i2.202

Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra.*

Bist, A. S., Agarwal, V., Aini, Q., & Khofifah, N. (2022). Managing Digital Transformation in Marketing: "Fusion of Traditional Marketing and Digital Marketing". 1(1), 18–27.

Chakraborty, U. (2019). The impact of source credible online reviews on purchase intention: The mediating roles of brand equity dimensions. Journal of Research in Interactive Marketing, 13(2), 142–161. https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2018-0080

Clifton, J. D. W., Baker, J. D., Park, C. L., Yaden, D. B., Clifton, A. B. W., Terni, P., … Seligman, M. E. P. (2019). Primal world beliefs. Psychological Assessment, 31(1), 82–99. https://doi.org/10.1037/pas0000639

Ding, C., Liu, C., Zheng, C., & Li, F. (2022). Digital economy, technological innovation and high-quality economic development: Based on spatial effect and mediation effect. Sustainability (Switzerland), 14(1). https://doi.org/10.3390/su14010216

George, G., & Schillebeeckx, S. J. D. (2022). Digital transformation, sustainability, and purpose in the multinational enterprise. Journal of World Business, 57(3), 101326. https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101326

Heptariza, A. (2020). The Effect of Attitude, Normal Subjective and Perceived Behavioral Control (Pbc) on Actual Purchasing Through Purchases of Online Purchase in The Online Retail Industry. Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA, 7(1), 9–17. https://doi.org/10.22225/jj.7.1.583.9-17

Iyer, P., Davari, A., Zolfagharian, M., & Paswan, A. (2019). Market orientation, positioning strategy and brand performance. Industrial Marketing Management, 81(April), 16–29. https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2018.11.004

Komariah, N., M. Yusup, P., Saepudin, E., & Rodiah, S. (2017). Pendidikan literasi lingkungan sebagai penunjang desa wisata agro Kecamatan Padaherang Kabupaten Pangandaran. Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat, 6(2), 111–115. Retrieved from http://jurnal.unpad.ac.id/dharmakarya/article/download/14781/7897

Kristiningrum, N. D. (2014). Heritage Tourism dan Creative Tourism: Eksistensi Pasar Seni (Central Market) di Malaysia Sebagai Salah Satu Pasar Bersejarah. Jurnal Hubungan Internasional □ Tahun VII, (1), 1–12.

Kushartono, E. W. (2016). Pengembangan Desa Mandiri Melalui Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Fitrie Arianti Universitas Diponegoro Semarang.

Kuswanto, H., Pratama, W. B. H., Ahmad, I. S., & Salamah, M. (2019). Analysis of students' online shopping behaviour using a partial least squares approach: Case study of Indonesian students. Cogent Business and Management, 6(1), 1–14. https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1699283

CATRA RESEARCH INSTITUTE
ISSN - 2809-7947 (PRINT)
ISSN - 2829-0771 (ONLINE)
AKUNTANSI HUMANIORA
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT
PUBLISHING KSI
Indexed By :
GARUDA Google doi INDEX COPERNICUS ROAD ISJD OneSearch EBSCO

Mamabolo, A. (2017). Human Capital Investments as Sources of Skills: An Analysis at Different Entrepreneurship Phases. Academy of Management Proceedings, 2017(1), 16069. https://doi.org/10.5465/ambpp.2017.16069abstract

Manurung, I. F. E. (2020). Peningkatan Pengetahuan dan Praktek Cuci Tangan Sebagai Upaya Pencegahan Penyakit Pada Anak Sekolah Dasar Marsudirini Kefamenanu. Warta Pengabdian, 14(2), 134–140. https://doi.org/10.19184/wrtp.v14i2.16530

Saleh, S., Muhsin, A., Anas, L., Putra, D. P., & Basir, B. (2022). Penguatan Kelembagaan Dan Pemasaran Produksi Bumdes Mandiri Desa Pitusunggu Kec. Ma'rang Kab. Pangkep. Jurnal IPMAS, 2(April), 17–24. Retrieved from https://literasidigital.my.id/ipmas/article/view/106%0Ahttps://literasidigital.my.id/ipmas/article/download/106/100

Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia. In Seminar Nasional Keuangan Dan Bisnis IV.

Wiguna, I. K. A., & Ariana, K. A. (2021). Rancangan Model Digitalisasi Pasar Tradisional Pasar Rare Angon Di Desa Gunaksa. Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal, 4(3), 257–262. https://doi.org/10.33330/jurdimas.v4i3.1074

Ziółkowska, M. J. (2021). Digital transformation and marketing activities in small and medium-sized enterprises. Sustainability (Switzerland), 13(5), 1–16. https://doi.org/10.3390/su13052512